

## Кризис культурно-просветительской функции на российском телевидении

Научный руководитель – Байдина Вероника Сергеевна

*Головерда Евгения Вячеславовна*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия  
*E-mail: galina\_goloverda@mail.ru*

Телевидение как одно из средств массовой коммуникации имеет большую популярность среди зрителей, оно оказывает на них серьезное влияние, а, соответственно, имеет особые функции. Одна из них — культурно-просветительская. Во многом она рассматривается именно в контексте художественной культуры. Это сфера, которая решает задачи интеллектуально-чувственного отображения бытия в художественных образах. Центральное место в этой сфере занимает искусство — литература, живопись, архитектура, музыка, танец, театр, кино. А в каждом из них создаются художественные произведения — книги, картины, скульптуры, спектакли, кинофильмы. Основная же функция телевидения — популяризация достижений культуры и искусства. Это способствует общему культурному и интеллектуальному росту личности, пропаганде хорошего вкуса. Культура — это основа, которая объединяет народы нашей страны, на которой строится человеческая жизнь. И от того, насколько она будет сильной, зависит уровень цивилизованности общества и качество жизни людей. Телевидение может приобщать зрителей к ценностям культуры путем трансляции театрального представления или показа игрового телевизионного фильма. А может вместе использовать образные возможности экрана как в целом в тележурналистике, так и, в особенности, в передачах культурно-просветительского направления. На современном российском телевидении культурно-просветительская миссия отодвинулась на второй план, и теперь деятельность многих телеканалов полностью подчинена коммерческим интересам отдельных лиц и структур. Об этом пишет Н. С. Гегелова в своей диссертации «Культурно-просветительская миссия телевидения». Революционные изменения, произошедшие в нашей стране в 1985-1991 годах, отразились и на национальной телевизионной системе, которая развалилась, утратила свои прежние позиции, безжалостно отбросив большой опыт прошлых лет, и начала свою историю в постсоветскую эпоху. Новая Россия также нуждалась в новом телевидении, радикально отличающемся от телевизионной модели социализма [1]. В 1990 году во всех регионах России были созданы сотни коммерческих и государственных телеканалов. У зрителя появился широкий выбор просмотра телевизионных программ. Однако объединение интересов общенациональных и региональных телекомпаний привело к появлению не только независимых частных компаний, но и появлению национальных телевизионных сетей. Позднее начали зарождаться медиа-холдинги, которые объединяли неконкурентоспособные компании и навязывали им информационную политику. 8 мая 1998 г. Президентом Б.Н. Ельциным был подписан указ «О совершенствовании работы государственных электронных средств массовой информации». В результате телеканалы «Россия», «Культура», а также несколько радиостанций, такие как «Маяк», «Радио России», «Орфей», технические центры и региональные телерадиокомпании были объединены в единый производственно-технологический комплекс. Из-за радикальных изменений в процессах приватизации, коммерциализации и активного участия телевидения в политических событиях страны в обществе произошла культурная мутация, которая стала одной из причин глубокого кризиса, стала важным экспериментом в сфере общественного сознания и уже вошла в историю как культурный феномен.

В эти годы ни у правительства, ни у политизированной Думы не получилось выработать основные принципы государственной политики в деятельности ТВ. В основном, это связано с частой сменой состава кремлевской администрации 1990х годов. Они просто не успевали усвоить знания в области развития СМИ, в том числе телевидения [2]. Руководство было обеспокоено другим — разгосударствление, децентрализация. Именно эти тенденции нарушали работу СМК. Культурный регресс в обществе оказал негативное влияние на российскую телевизионную систему в целом. Телевидение в 1990 году информировало, политизировало, криминализировало общество. Это отрицательно сказалось и на состоянии культуры в целом. Телевизионные аналитики и телевизионные критики постоянно обеспокоены сложившейся практикой трансляции некоторых псевдокультурных телевизионных программ на многих федеральных каналах. Культурная миссия телевидения не может быть реализована в обществе, последовательно осуществляя только информационную функцию. Она обязательно затрагивает культурно-просветительскую миссию на качественно ином уровне, позволяющем зрителям совершенствовать свои интеллектуальные способности и получать новые знания. Чтобы выполнять роль «проводника» культуры именно у ТВ есть все возможности — создавать оригинальные профессиональные телевизионные программы, способствующие интеллектуальному росту каждого человека и общества в целом, передавать культурный код [3] из поколения в поколение. В многонациональной стране одной из главных задач российского телевидения является создание телевизионной продукции, способствующей сближению народов, гармонизации межнациональных отношений и взаимодействия с культурами, развитию добрососедских и уважительных отношений между народами. В такой большой стране, как Россия, с многовековой и непростой историей и огромным культурным наследием и богатством, людям необходимо преподнести такую информацию.

### Источники и литература

- 1) Культурная миссия Российского телевидения / Н. С. Гегелова: дис. д-ра. филол. наук: 10.01.10. - М., 2010. - 142 с. <https://www.dissercat.com/content/kulturno-prosvetitel'skaya-missiya-televideniya>
- 2) Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. — М.: Воскресенье, 1999
- 3) Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М:Вече, 2003 — 512 с. С.12